

**Специфика формирования имиджа государства посредством "мягкой силы"
(на примере США и Великобритании в период с 2000-2017 гг)**

Научный руководитель – Грецкая Софья Сергеевна

Хусаинова Элина Вагаповна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: ask-elina@yandex.ru

Предметом исследования выступает феномен «мягкой силы» США и Великобритании. Под «мягкой силой» вслед за Джозефом Наем понимается «способность добиваться желаемого на основе добровольного участия другой стороны, а не с помощью угроз или финансовых вливаний» [1]. Цель данной работы выявить культурную специфику использования стратегий «мягкой силы», характерных для выбранных для изучения стран. В соответствии с целью были поставлены следующие задачи на материале научных, публицистических работ, новостных ресурсов выявить современные компоненты культурной «мягкой силы» США и Великобритании, выявить те из них, которые ранее не считались таковыми и обосновать их принадлежность этому феномену, а также сопоставить особенности компонентов «мягкой силы» США и Великобритании. Актуальность исследования обусловлена возросшим значением «мягкой силы» в мировой политике [1]. Умелое владение различными элементами «мягкой силы» позволяет относительно небольшой Великобритании проводить весьма успешную внешнюю политику. Соединенные Штаты Америки всесторонне используют свои возможности в сфере «мягкой силы», чем закрепляют свою позицию мирового экономического и военного гегемона. Эти страны являются признанными глобальными лидерами «мягкой силы», занимая одни из самых высоких строчек практически во всех значимых рейтингах «мягкой силы» [3, 4]. Среди основных компонентов мягкой силы США уместно назвать Голливуд, средства массовой информации, образование, молодежные субкультуры, внешнюю языковую политику, олицетворяющие США торговые марки и так называемые культовые бренды. Особо выделяются активы, основанные на технологических новациях, такие, как компьютерные игры, социальные сети, поисковые машины, видеохостинг Youtube и смартфоны [2]. Некоторые ресурсы «мягкой силы» США являются уникальными и узкоспецифичными (например, культура супергероев и гастрономические элементы, такие как Coca-Cola и McDonald's). Активы мягкой силы Великобритании в основном традиционны (при этом государство оказывает им необходимую финансовую и организационную поддержку), к таковым можно отнести образование и кинематограф. Другая часть активов является ситуационной. Сюда относятся программы по укреплению имиджа Великобритании в мире (такие как "Cool Britannia" и "GREAT Britain", а также программа по подготовке к лондонской олимпиаде 2012 года). Некоторые активы «мягкой силы» естественным образом разделены между США и Великобританией (доминантное положение английского языка). Ряд факторов мягкой силы парадоксальным образом получает естественное развитие в США и не обретает такового в Великобритании (США гораздо более успешны в «экспорте» субкультур). Определенные активы естественным образом утрачиваются определенными странами; так, маркировка «сделано в Великобритании» более не является позитивной характеристикой товаров, в то время как маркировка «сделано в США» продолжает оставаться таковой.

Проведенное исследование показало, что в настоящее время растет число и значение активов «мягкой силы», основанных на техническом прогрессе и инновациях. Это проявляется в блокировке правительствами многих стран доступа к американским социальным

сетям и видеохостингов и предъявлении жестких требований к поисковым машинам. Многие активы мягкой силы США резонансны политике «бархатных» революций и потому могут использоваться ими для проецирования своей силы в мире [2]. Некоторые из них предлагают уникальные возможности по манипулированию как индивидуальным сознанием реципиентов, так и общественным мнением. Активы мягкой силы Великобритании (образование, туристические достопримечательности, доминирование английского языка в мире в качестве средства международного общения) в существенной степени являются исторически унаследованными, в связи с чем ожидается их довольно ограниченное развитие. Многие активы мягкой силы США опираются на частные корпорации (технологические гиганты Google и Apple, медиакорпорации Time Warner, NBC Universal, Walt Disney Co. и практически все кинокомпании), а не на государственные структуры. В контексте рассмотрения США не как монолитного актора в сфере международной политики, а как арены борьбы надгосударственных формирований, среди которых можно назвать, прежде всего, корпоратократию и финансовую аристократию (такой позиции придерживается ряд российских политологов и политических деятелей) распределение активов «мягкой силы» между подобными игроками становится элементом внутривнутриполитической борьбы в США. На основании проведенного исследования были сделаны следующие выводы: 1) США и Великобритания все в большей степени при проведении внешней политики опираются на свои активы «мягкой силы» 2) Быстрый научно-технический прогресс, проявляющийся в практически ежегодном появлении новых коммуникативных концепций (месенджеры, сайты отзывов, стримы и т.п.) позволяет сделать предположение о скором появлении новых, ранее неизвестных высокотехнологичных активов мягкой силы; 3) Ряд активов «мягкой силы» США можно назвать поддерживающими (Голливуд, компьютерные игры, образование и др.), поскольку они способны лишь поддерживать или постепенно изменять имидж страны, ряд активов - «ударными» (социальные сети, видеохостинги, поисковые машины), ряд - универсальными (средства массовой информации) 4) Великобритания обладает лишь поддерживающими и универсальными ресурсами «мягкой силы», что сильно ограничивает ее возможности в переформатировании режимов других государств посредством «бархатных» революций. 5) Великобритания, не являясь, в отличие от США, лидером в сферах информационных технологий, скорее всего, будет уступать им все больше и больше в вопросах обладания ресурсами «мягкой силы».

Источники и литература

- 1) Nye Jr., Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. – N.Y.: Public Affairs, 2004.
- 2) Филимонов Г.Ю., Карпович О.Г., Манойло А.В., Технологии "мягкой силы" на вооружении США: ответ России –М.:РУДН, 2015.
- 3) Brooks, S. G. and Wohlforth. The rise and fall of great powers in the 21st century // International Security, 2015. №40 (3). p. 7–53.
- 4) Харитоновна Е. Эффективность «мягкой силы»: проблема оценки. Мировая экономика и международные отношения, 2015, № 6, сс. 48-58.